**标杆房地产全流程精细化管理研修班**

**开课时间：2017年3月25-26日**





近看机遇，远观实力。现今房地产市场，不乏善抓机遇者。然谋一时易，图一世难。未来市场，看到机遇易，把握机遇难。企业欲生生不息、欲蒸蒸日上、欲长治久安，要有实力！有实力者，方能看到机遇，又能把握机遇。实力，或资金、或土地、或专业、或人才、或品牌。前两者，谓资本力；后三者谓专业力。**近十年来，市场高速发展，企业快速扩张，资本力虽可迅速聚集，专业力却难快速复制。市场高奏凯歌之时，专业根基薄、专业团队弱之诟病，却已悄然埋下。提升专业力，为战略选择之必然。建专业团队，为行动落实之必然。当先行赢得先机，勿落后丧失主动。**



**强将特训**—特邀标杆企业在职高管，结合标杆项目实战讲授；

**与时俱进**—最前沿的房地产咨讯：探索房企转型机遇，寻找房企升级秘径；

**精益求精**—最专业的房地产开发流程：实战解析+标杆案例讲解，用事实诠释专业；

**运筹帷幄**—最全面的房地产管理系统：解析精细化管理模式之道，让管理变得更简单；

**博采众长—**最多元的房地产开发业态：纵向深耕+横向联动，揭秘多元化业态经营模式；

**绝处逢生—**最亟待解决的房地产难题：业内精英帮助高库存房企业快速去化、化险为夷。



**打造新型房地产企业全流程管理学习体系：国家宏观经济与互联网金融篇、房地产战略管理篇、项目管理篇、运营管理篇、设计管理篇、工程管理篇、成本管理篇、智能物业管理等，结合实战案例致力于锻造房地产企业家实战运营能力，房地产顶层管理梯队的培养。**



|  |  |
| --- | --- |
| **房地产与互联网金融融合与创新****一、**互联网金融定义、出现的背景、现状和前景**二、**互联网金融的监管逻辑和法规**三、**房地产金融如何互联网化**四、**移动支付和第三方支付**五、**大数据的征信和网络贷款**六、**众筹与房地产众筹的运作和案例分析**七、**众筹的概念和内容**八、**房地产众筹的方式探讨**九、**房地产股权众筹的运作**十、P2P**与房地产**P2P**的运作和案例分析**十一、**房地产**P2P**众筹的运作 （对开发商融资）**十二、**房地产**P2P**的运作 （对买房者融资）**十三、**建筑工程保理和社区**O2O**理财等 | **智能物业和智慧社区****一、**物业行业现状与发展趋势**二、**什么是社区经济？**三、**社区经济模式下的资源配置**四、**智慧社区如何引领社区进入互联网大时代**五、**传统社区物业管理VS智慧社区物业管理**六、**智慧社区模式下物业管理的日常运作**七、**智慧社区模式下的财富模式**八、**如何在“零”物业费血腥竞争的夹缝中求生存？**九、**业主、商家、物业管理企业三赢模式的构建**十、**案例：“微”时代背景下的小区管理**十一、**社区**O2O**模式构建与标杆物业企业经营分享**十二、案例：**万科物业智慧社区创新经营与分享**十三、案例：**绿城物业智慧社区创新经营与分享 |
| **房地产O2O商业模式****一、**正向**O2O**商业模式与反向**O2O**商业模式**二、O2O**基本特征：去中心化、去媒体化、去中介化**三、**房地产**O2O**模式的发展趋势**四、**房地产行业的**O2M**营销模式将成为大势所趋**五、**地产行业的**O2O**运营之道**六、O2O**案例分析：CitizenM酒店集团与瑞士家具公司Vitra的反向**O2O**营销**七、O2O**案例分析：地产公司如何做社区**O2O**平台？**八、**商业地产与**C2B**模式**九、**如何用互联网思维去重构房地产行业？**十、**粉丝经济时代：创新为本，内容为王**十一、O2O**与**C2B**、大数据、物联网、新技术的关系 | **房地产轻资管理****一、**传统房地产开发和投资的困境、转型及升级**二、**地产开发阶段的资产管理及其轻资产管理创新**三、**地产开发阶段的融资创新、轻资产运营的模式设计和方法**四、**地产持有阶段的资产管理及其轻资产管理创新**五、**房地产物业管理、设施管理、资产管理、房地产资产证券化**六、**房地产投资信托基金及其在中国的实践和前景**七、**房地产持有阶段的融资创新、轻资产运营的模式设计和方法**八、**房地产互联网企业的轻资产管理**九、**房地产物业管理的轻资产管理 |
| **绿色建筑与住宅工业化****一、**“十二五”绿色建筑和绿色生态城区发展规划**二、**工业化概论：发达工业化国家与我国差距住宅工业化优势与万科住宅工业化战略解读**三、**万科住宅工业化战略实施 ( 从趋势、转型战略、**四、**平台设计**3** 种角度解读)**五、**住宅工业化面临的**3 大**挑战及案例对标万科和国内标杆及日本建造工业化模式与转型路径，解读住宅工业化核心与本质**六、**万科工业化实施案例解读**七、PC**构件在商业住宅建筑中应用的技术要点 | **房地产二次开发****一、**新型房地产企业组织架构如何构建**二、**二次开发的商业模式创新**三、**如何构建专业的房地产一次开发体系**四、**二次开发的赢利模式**五、**二次开发的平台建设**六、**二次开发与互联网金融工具**七、**二次开发与金融创新**八、**二次开发的机遇和挑战**九、**标杆房企二次开发的策略**十、**案例解析 |



|  |  |
| --- | --- |
| **开发报建****一、**如何理解和判断房地产项目的开发报建**二、**如何构建适合房地产企业的报建流程和体系**三、**报建工作典型难点及技术处理 **四**、不同类型开发企业实际关注的报建节点**五、**房地产企业开发报建团队的建设**六、**房地产开发项目报建类相关政策法规分析**七、**房地产公共关系的理念**八、**公共关系对房地产企业的价值体现**九、**如何搭建和维护开发建设中的公共关系平台 | **规化设计****一、**产品印象特征**二、**地产产品发展阶段解析**三、**产品定位的思路与流程 **四、**产品风格分类特征**五、**产品策划阶段的设计管理方法**六、**概念规划阶段的设计管理解析**七、**绿城商业项目规划设计--项目案例解析**八**、绿城大型规划项目案例解析 **九、**绿城产品标准与设计管理标准化的 |
| **成本管理****一、**房地产企业工程合同管理及案例解析 **二、**地产企业签证变更管理及案例解析 **三、**房地产企业工程预结算管理及案例解析 **四、**房地产企业工程档案管理及案例解析 **五、**房地产企业招标采购管理 **六、**房地产企业全成本管理及案例解析 | **工程管理****一、**工程管理的范围及现状 **二、**工程项目管理关键要素管理 **三、**现场管理及工程质量把控 **四、**计划管理**五、**房地产项目风险管理**六、**分享标杆地产企业的多年积累的经验和剖析 典型案例 |
| **营销策划****一、**房地产新形势下房地产营销特点**二、**房地产全程营销**三、**房地产前期市场研究与产品定位建议**四、**移动互联网创新营销策略**五、**房地产**O2O**营销解决方案**六、**王牌营销团队的组建和管理**七、**房地产市场定位与营销策划**八、**体验式营销的概念与应用 | **精装修****一、**精（全）装修的概念及背景**二、**如何进行精装项目的前期组**三、**全装修清单前期形成步骤之一组织计划管控手段**四、**全装修清单前期形成步骤之二竞品调研，树立标杆**五、**全装修清单前期形成步骤之三周边环境因素分析客**六、**户界面的思考如何弄清客户究竟要什么**七、**精装修工程设计与实施**八、**精装修项目工程角度研讨 |



|  |  |
| --- | --- |
| **战略管理****一、**房地产企业组织设计基础**二、**房地产企业组织设计**三、**地产公司或项目公司岗位及人员配置**四、**组织设计与岗位设计**五、**工作分析与岗位说明书 | **计划运营****一、**异地多项目运作下的管控模式**二、**运营管理组织机构**三、**计划与运营管理实务 **四、**制度、标准、流程的建设与管理**五、**运营管理的发展方向 |
| **项目管理****一、**项目的综合管理**二、**项目的范围管理**三、**项目的质量管理**四、**项目的时间管理**五、**项目的风险管理**六、**项目的采购管理**七、**项目的人力资源管理**八、**项目的沟通管理 **九、**项目的成本管理 | **财务管理****一、**房地产企业的生命密码——如何保持持续成长**二、**从财务的视角切入——该地产项目能赚钱吗**三、**读懂财务三张表比营销策略更重要**四、**财务分析——如何撬劢房企的“阿基米德”**五、**整体规划，实现税负下降 **10%～30%****六、**融资拿地税务规划与风险管理**七、**开发阶段税务规划与税务风险管理**八、**如何解决土地增值税清算问题**九、**如何顺利实现房地产项目清算注销**十、**如何化解税务稽查危机 |
| **人力资源管理****一、**房地产组织发展**二、**房地产人力资源管理定位**三、**基于组织发展的房地产HR管理架构**四、**房地产人力资源战略**五、**房地产人才能力规划**六、**房地产管控与流程**七、**房地产**HR**规划**八、**房地产企业招聘管理**九、**房地产企业人才培养**十、**房地产企业绩效管理**十一、**战略地图与**KPI**落地 | **客户关系管理****一、**地产标杆客户发展轨迹剖析**二、**如何设计地产客户关系管理发展战略及客户战略制定的思路**三、**从美国帕尔迪的发展，解析、设计地产“客户导向”的流程与标准**四、**构建产品防线——客户投诉处理体系和危机处理**五、**体验管理-----房地产体验和触点管理以及地产服务“八步法”的流程解读**六、**洞察先机——地产客户信息系统的建设与管理**七、**地产“客户会”效用（会员、网站、刊物等）管理及战法 |



|  |  |
| --- | --- |
| **养老地产**一、中国养老养生地产发展现状及最新政策解读二、养老养生地产商业模式与创新设计三、养老养生地产投融资理念四、国内外经典养老案例解析 | **文化地产****一、**文化产业前沿问题**二、**文化地产商业模式与创新设计**三、**文化产业投融资理念**四、**文化地产规划及案例分析 |
| **旅游与酒店地产**一、中国旅游地产开发理论与经典案例二、旅游地产与自然风景区的有机结合三、产权式度假酒店与产权式商务酒店四、酒店定位策划、酒店建筑设计及特性装饰 | **工业地产****一、**中国的工业地产发展状况**二、**工业地产的投资策略与融资模式分析**三、**工业地产主题定位与商业运营模式**四、**开发区、产业园区的建设与合作 |
| **住宅地产****一、**中国住宅房地产发展回顾**二、**住宅地产的投资定位与分析**三、**住宅地产的项目投资组合**四、**住宅地产中的商业配套 | **商业地产** **一、**商业地产的开发模式及投资策略**二**商业地产的业态组合策略、商圈的分析及定位**三、**商业地产的招商与运营的管理**四、**商业房地产投资的九种模式及开发风险控制 |



|  |
| --- |
| 整合“**万科、碧桂园、龙湖”**等标杆企业的营销专家，到学员企业进行实例演练，以好的产品为基础，价格为手段，渠道为关键，推广为助力，形成一套去库存的组合拳，真正为房企解决库存积压的难题。 |
| **一、产品**1、家居智能化 2、户型多样化 3、私人定制化**二、价格**1、 巧玩首付　 2、巧降价　3、 金融理财 4、打包套餐 | **三、渠道**1、自销团队2、全民营销3、线上卖房4、分销渠道5、自建拓客团队**四、推广**1.新媒体营销2、O2O营销 |







1、房地产开发企业及相关企业的总经理、董事长

2、房地产企业项目总经理、拟派驻项目的职能部门总经理

3、房地产企业拟按项目总经理、职能部门总经理标准培养的各专业部门经理



**学制一年，分阶段授课，每月上课一次，每次集中授课2天（周末）。**



全部课程学费：人民币**70000元/人（**包括：报名费、学费、书本资料费、证书费、教学管理费、拓展培训费）学习期间的食宿费、交通费及国内外考察费自理。



**联系老师：联系人 ：陈老师、王老师 电话：010-59480917**

**标杆房地产全流程精细化管理高及研修班**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓 名 |  | 性 别 |  | 出生年月 |  |
| 民 族 |  | 最高学历 |  | 专 业 |  |
| 手机号码 |  | 单位电话 |  | 单位传真 |  |
| 现任职务 |  | 担任年限 | 年 | E—MAIL |  |
| 身份证号码 |  |
| 单位名称 |  | 单位网址 |  |
| 单位地址 |  | 邮政编码 |  |
| 经营范围 |  |
| 资产规模 |  | 年营业额 | 　 | 员工人数 | 　 |
| 学习目标 |  |
| 兴趣、爱好 |  | 文体特长 |  |
| 学习经历 |  |
| 工作经历 |  |
| 您是通过什么途径了解到本招生信息的：□报纸(注明名称): □杂志(注明名称): □我院网站□其它网站(注明名称): □我院刊物（院报、院刊等） □媒体报道□信件 □其它(注明情况)：□朋友推荐(如推荐人为我院老学员,请务必注明:推荐人姓名 所属班级) |
| 是否需要协助预定住宿: □否 □是 |
| 此表复印或传真均有效，请务必详细真实填写上述信息请将学费通过银行汇入指定运营帐户 |